

Virtual Seminars

Die Schaffung neuer Möglichkeiten
für Universitäten

Zusammenfassung und Empfehlungen



Einleitung	2
Das VENUS Modell	3
Die VENUS Veranstaltungen	6
Richtlinien und Ratschläge	8
Website	18
Kosten	19
Beurteilung der virtuellen Seminare	20

The logo for VENUS, featuring the word "VENUS" in a sans-serif font. The letter "V" is white and set against a dark blue circular background. The letters "E", "N", "U", and "S" are dark blue. The "U" and "S" are connected by a thin, dark blue line that curves around the bottom of the "U".

VENUS

Die Schaffung neuer Möglichkeiten für Universitäten

*Erfahrungen und praktische Beispiele aus den VENUS Seminaren
und der Summer School*

1. Einleitung

Universitäten haben heutzutage die Aufgabe, nicht nur ihren eigenen Studenten Wissen und Erkenntnisse zu vermitteln, sondern auch über die „Mauern“ ihrer Institution hinaus zu agieren. Vorträge und Seminare, die auch ein breiteres Publikum ansprechen und die Grenzen der Universität überschreiten, werden oft öffentlich und für jedermann zugänglich abgehalten. Viele Universitäten streben danach, sich zu öffnen und die Barrieren abzuschaffen, die traditionsgemäß diejenigen außen vor halten, die sich nicht für ein Vollstudium eingeschrieben haben. Sie möchten interessierte Bürger einladen, am akademischen Reichtum einer zeitgemäßen Universität teilzunehmen.

Das VENUS Handbuch „Die Schaffung neuer Möglichkeiten für Universitäten: Erfahrungen und praktische Beispiele aus den VENUS Seminaren und der Summer School“ ist das Ergebnis der Bemühungen einer Gruppe europäischer Universitäten, die zusammen an dem VENUS Projekt gearbeitet haben, das von dem European Commission's Learning Programme (DG Education and Culture) unterstützt wurde. Im Rahmen dieses Projekts haben die VENUS Partner Seminare zu Themen organisiert, die sich auf die zeitgenössische europäische Gesellschaft beziehen. Diese Seminare wurden virtuell durchgeführt und über Videokonferenzen und live Schaltungen simultan in allen beteiligten europäischen Orten abgehalten. Nach jeder Lesung fand eine interaktive Diskussion an allen teilnehmenden Veranstaltungsorten wie auch online statt. Das VENUS Team hat auch einen Sommerkurs zum Thema „Social Software“ eingerichtet, zu dem neben einer Mischung von face-to-face Events auch virtuelle Seminare gehörten, wobei die Partneruniversitäten über Videokonferenzschaltungen miteinander verbunden waren.

In diesem Heft erhalten Sie eine Beschreibung des Modells, das die Partner bei der Einrichtung und Leitung der Seminare und der Summer School verwendet haben, sowie eine Zusammenfassung der Haupttrichtlinien und Empfehlungen, die sich aus unserer Arbeit ergeben haben und die hoffentlich Anderen, die in diesem Bereich tätig sind, nützlich sein können.

2. Das VENUS Modell

Das Modell, das die VENUS Partner verwendet haben, um die virtuellen Seminare und die

Summer School abzuhalten, bestand aus 4 Phasen:

- Phase 1 = Bestimmung der Zielsetzung
- Phase 2 = Planung
- Phase 3 = Durchführung
- Phase 4 = Follow-up

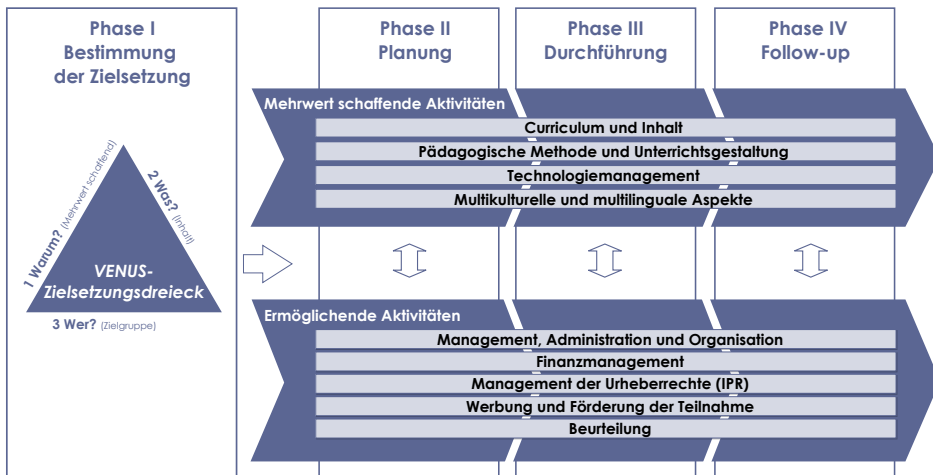


Fig.1: Die VENUS Phasenmethode

Die Zielsetzungsphase bildet die Grundlage für die Entscheidung, ob es sinnvoll ist, mit einem Projekt fortzufahren oder es fallen zu lassen. Schlüsselemente dieser Phase sind: die Art der Inhalte, die das Team vermitteln möchte, für wen sie bestimmt sind und welcher Mehrwert sich für die Teilnehmer, wie auch für die Organisatoren und die verschiedenen Teilhaber daraus ergibt. In den Planungs-, Durchführungs- und follow-up Phasen übt das Projektteam zwei Arten von Tätigkeiten: aus: Tätigkeiten, die deutlich einen Mehrwert schaffen und Tätigkeiten, die die Mehrwert schaffenden Tätigkeiten erst ermöglichen. Der Typ von Seminaren, den das VENUS Konsortium vorschlägt, beruht auf der Internationalisierung bestehender Inhalte von Lernveranstaltungen für Studenten anderer Hochschulen wie auch für interessierte Bürger, wobei der Inhalt stark mit der Entwicklung des Curriculums verbunden ist. Die Gestaltung der Lernveranstaltung, oft auch als pädagogische Methode bezeichnet, führt zu einer bestimmten Art von Unterrichtsgestaltung, die sowohl den Bedürfnissen des Publikums entspricht, wie auch den begrenzten Rahmenbedingungen: welche Art von Technologie wird verwendet, was sind die zeitlichen Begrenzungen der Teilnehmer, wie sind die allgemeinen Raumverhältnisse an jedem teilnehmenden Veranstaltungsort, einschließlich kultureller und sprachlicher Bedingungen.

2.1. Bestimmung der Zielsetzung: Warum, Was und Wer

Die Initiierung eines Projekt wie die Lancierung eines virtuellen Seminars beginnt normalerweise mit einer Idee, einer attraktiven aber ziemlich diffusen Vorstellung von dem potentiellen Nutzen eines solchen Seminars. Es ist wichtig, zuerst diese Vorstellung zu verdeutlichen und die konkreten Ziele des Projekts herauszuarbeiten. Es macht die Sache leichter, wenn man sich konkrete Ziele setzt:

- Einen Projektplan aufstellen;
- Ein für die potentiellen Teilnehmer interessant klingendes Seminarkonzept entwickeln und ihr Interesse wecken;
- Unterstützung von den erforderlichen Teilhabern/Förderern gewinnen (z.B. von Leuten, die innerhalb der Organisation für die Verteilung/ Zuweisung von finanziellen Mitteln verantwortlich sind).

Der Prozess der Ausarbeitung der Ziele eines Projekt kann ziemlich langwierig und schmerzhaft sein. Das ist vor allem dann der Fall, wenn mehr als eine Partei an dem Zielsetzungsprozess beteiligt ist, da gewisse Interessenkonflikte der beteiligten Partner sicher dann auftreten, wenn die Ziele besprochen werden. Bei einem Projekt wie VENUS ist es bestimmt lohnenswert, sich gleich zu Beginn über die konkreten Ziele zu einigen.

Bei der Arbeit an dem VENUS Projekt wie auch bei früheren Erfahrungen der Partner des VENUS Projekts mit ähnlichen Projekten hat sich die Anwendung der folgenden heuristischen Methode – des „Zielsetzungsdreiecks“ – als sehr erfolgreicher Weg zur Festlegung der Ziele eines Projekts erwiesen:



Fig.2 Das VENUS - Zielsetzungsdreieck

Im Falle des VENUS Projekts repräsentiert jede Seite des Dreiecks einen Zielbereich des geplanten virtuellen Seminars und der Summer School. Diese Ziele müssen vom Standpunkt der Teilnehmer aus betrachtet werden, um nützliche Antworten zu erhalten. Die Bereiche werden jeweils von einer Frage repräsentiert, die als Richtlinie zur Ausarbeitung des Projektziels des entsprechenden Bereichs dient.

- Warum – was ist der Zweck der Veranstaltung ?
- Was – welcher Inhalt steht im Brennpunkt der Lernveranstaltung ?
- Wer – auf welche Zielgruppen ist Lernveranstaltung ausgerichtet ?

Der Zielsetzungsprozess kann als vollendet erklärt werden, wenn die Frage vom Standpunkt der Teilnehmer aus für jeden Bereich ausreichend und eindeutig beantwortet werden kann.

Keine oder eine ungenügende Antwort in einem Bereich weist bei jedem geplanten Projekt auf ein großes Problem hin. In diesem Fall ist ein ausführlicher Dialog mit den potentiellen Studenten, sowie den Projektförderern/Teilhabern notwendig, um die Ziele des Projekts zu verdeutlichen. Es wäre eventuell auch ratsam, das Projekt zu verschieben oder ganz aufzugeben, falls kein Konsens hinsichtlich der Ziele des Projekts erreicht werden kann.

2.2 Organisations-, Durchführungs- und follow-up Phasen

Nach der Festlegung der Zielsetzung des Projekts beginnt die Planungsphase, danach folgen die Durchführungs- und follow-up Phasen. Wir benutzen dabei den Kettenschluss, der uns helfen soll, alle Aktivitäten in leicht zu bewältigende Einheiten aufzuteilen. Die Aufgaben, die durchgeführt werden müssen, um mit dieser Art von Veranstaltungen erfolgreich zu sein, können in solche aufgeteilt werden, die einen Mehrwert für die Initiative schaffen und solche, die diese Veranstaltungen ermöglichen. Einige oder alle dieser Mehrwert schaffenden Aktivitäten können für die Entwicklung eines wettbewerbsfähigen Vorteils für das Projekt von Ausschlag gebender Bedeutung sein.

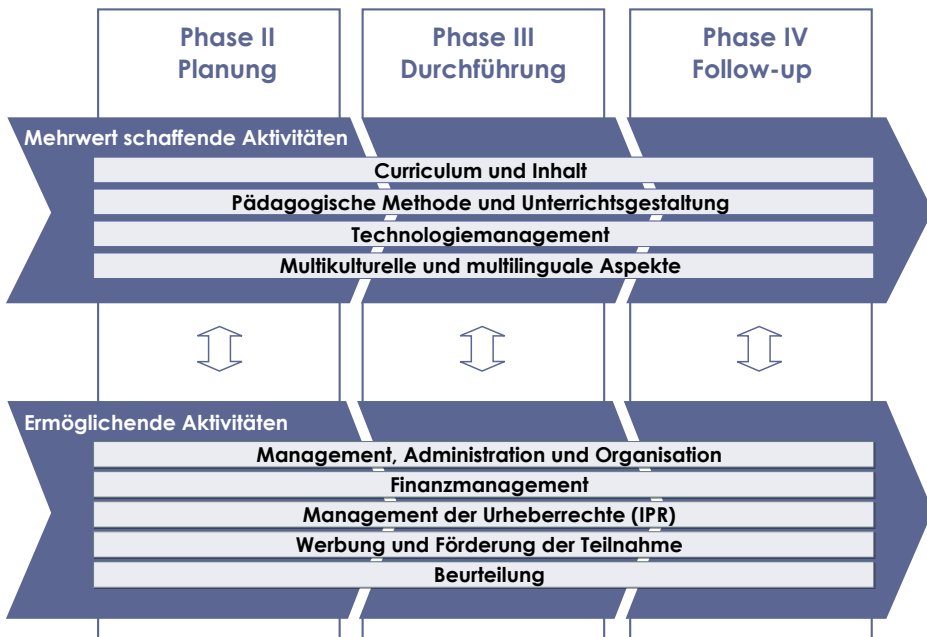


Fig.3 Phasen II, III, IV

Bei den VENUS Veranstaltungen sind diese Mehrwert schaffenden Aktivitäten natürlich der Inhalt (das allgemeine Thema, die spezifischen Themen oder die individuellen Seminare, die hervorragenden Fähigkeiten des Experten) und das Curriculum (falls die Vergabe einer Akkreditierung oder einer Bescheinigung erwogen wird), die pädagogische Methode, die zu einer bestimmten Unterrichtsgestaltung führt, die Wahl der technologischen Mittel,

sowie multikulturelle Aspekte und Elemente des Veranstaltungsortes, die im internationalen Kontext von großer Bedeutung sind. Diese Komponenten sind wiederum miteinander verbunden und beeinflussen einander. Bei der Einrichtung einer Initiative wie den VENUS Seminarreihen oder der Summer School sind diese verschiedenen Aktivitäten während des gesamten Projekts vorhanden, wobei natürlich ganz spezifische Aufgaben und ihre relative Wichtigkeit im Verlauf der verschiedenen Phasen des Projekts variieren.

Die Mehrwert schaffenden Aktivitäten sind außerdem Ausschlag gebend für den Erfolg eines Projekts wie VENUS, auch wenn sie vom VENUS Standpunkt aus betrachtet als normale Verfahrensweisen zur Einrichtung von Lernveranstaltungen im Allgemeinen betrachtet werden können. Es gehört zur Natur der Mehrwert schaffenden Aktivitäten, dass sie die Entwicklung eines wettbewerbsfähigen Vorteils für das Projekt fördern.

Die für VENUS essentiellen Mehrwert schaffenden Aktivitäten sind:

- Projektmanagement und Finanzplanung
- Veranstaltungsplanung und Zeitplanung
- Marketing, PR und Kommunikation
- Unterstützende Dienstleistungen
- Management von IPR Themen
- Beurteilung und Qualitätsmanagement

3. Die VENUS Veranstaltungen

Unter Berücksichtigung dieses allgemeinen Modells hat VENUS zwei verschiedene Modelle virtueller Lernveranstaltungen durchgeführt, eine virtuelle Seminarreihe (reguläre Seminare im Verlauf des akademischen Jahres) und einen virtuellen Sommerkurs (1 Woche im September 2007). Beide Veranstaltungen waren darauf ausgerichtet, einem interessierten Publikum (Studenten und andere interessierte Bürger) den Zugang zu Wissen und Erkenntnissen von allgemeinem und zeitgenössischen Interesse zu verschaffen, das von hoch qualifizierten Experten vermittelt wurde und den Teilnehmern außerhalb dieser Veranstaltungen nicht zugänglich gewesen wäre.

3.1 Virtuelle Seminarreihen

Die virtuellen VENUS Seminare waren so definiert, dass sie ausschließlich online oder mittels Videokonferenztechnologie stattfanden. In den VENUS Seminaren befanden sich der Dozent und die Teilnehmer nicht unbedingt an demselben Veranstaltungsort, die Kommunikation zwischen dem Dozenten und den Teilnehmern fand größtenteils simultan statt.

Jedes Seminar der VENUS Reihen bestand aus 3 Hauptteilen:

- Interaktive vorbereitende Veranstaltungen: sie wurden auf virtuellem Weg unter Verwendung verschiedener Modelle zur Unterrichtsgestaltung und verschiedener technologischer Mittel abgehalten.
- Durchführung des Seminars: ein Vortrag von einem international anerkannten Spitzenexperten wurde virtuell übertragen (unter Verwendung von Videokonferenzschaltungen und live

Schaltungen) und den anderen Partnern im Netzwerk mit Hilfe der zur Verfügung stehenden interaktiven Mittel vermittelt. Das Thema wurde vom europäischen Standpunkt aus betrachtet und dann vor Ort von den Teilnehmern der entsprechenden Region diskutiert. Dann folgte eine Debatte zwischen allen Partnerveranstaltungsorten, die auf den wichtigsten Schlussfolgerungen jeder Region beruhte.

- Interaktive follow-up Veranstaltungen: wurden virtuell unter Verwendung verschiedener Modelle der Unterrichtsgestaltung und verschiedener technologischer Mittel abgehalten.

Die VENUS Seminare wurden vor den jeweiligen Lesungen mit Unterrichtsmaterial (Lesepakete mit Hintergrundinformationen, Biografien und möglicherweise auch mit Unterrichtsmaterial des Dozenten) ausgestattet. Während der Lesungen konnten die Studenten an Paralleldiskussionen teilnehmen (über Chat), die Diskussion konnte danach dann auf einem Forum weitergeführt werden. Das Seminar konnte später in Form einer Aufzeichnung auch noch einmal angesehen werden.

3.2 Der virtuelle Sommerkurs (Summer School)

Im Rahmen der VENUS Veranstaltungen wurde auch eine virtuelle Summer School eingerichtet, die in Form eines Sommerkurses in einer zeitlich begrenzten Form stattfand und aus virtuellen Veranstaltungen bestand, die von Videokonferenzschaltungen oder anderen online Technologien unterstützt wurden.

Bei der Durchführung einer *virtuellen* Summer School waren die Partner sich darüber einig, dass es unbedingt erforderlich sei, die essentiellen Charakteristiken einer Summer School aufrecht zu erhalten, wozu gründliche Untersuchungen und Diskussionen eines entsprechenden Themas gehören, die von praktischen Übungen (arbeiten mit Hilfsmitteln und Software) ergänzt werden. Die intensive Interaktion mit und unter den Teilnehmern ist das Schlüsselement einer Summer School.

Die VENUS Summer School wurde simultan an 7 verschiedenen Partnerveranstaltungsorten abgehalten. Sie dauerte 5 Tage (eine Arbeitswoche) und bestand aus täglichen face-to-face Veranstaltungen vor Ort und internationalen virtuellen/online Veranstaltungen. Das Thema des Sommerkurses *Die Verwendung von Social Software in Unternehmen und Hochschulen* war auf Akademiker (Studenten, Dozenten und Tutoren), Fachleute und interessierte Bürger im Allgemeinen ausgerichtet. Zu den face-to-face Veranstaltungen vor Ort gehörten: eine Einführung zum Thema (manchmal mit lokalen Experten), Präsentationen von Hilfsmitteln, praktische Übungen und Diskussionsgruppen in Form von Lerncafés. Alle diese Veranstaltungen wurden in der jeweiligen Landessprache abgehalten und auf die lokalen/regionalen/internationalen Aspekte ausgerichtet.

4. Richtlinien und Ratschläge

In dieser Rubrik möchten wir Ihnen einige Richtlinien und Ratschläge mitteilen, die sich aus unserer Arbeit an der Organisation virtueller Seminare und Sommerkurse (Summer School) ergeben haben.

4.1 Netzwerke und Partner finden

Virtuelle Seminare und Sommerkurse in einem internationalen Rahmen erfordern ein Netzwerk von Partnern in einem Konsortium. Vielleicht finden Sie die folgenden Vorschläge nützlich, wenn sie Partner finden müssen:

- Suchen Sie nach einem bestehenden Netzwerk in Ihrem Fachbereich. Die meisten Lehranstalten haben ein Büro für internationale Beziehungen, wo Sie geeignete Netzwerke oder Universitäten finden können.
- Suchen Sie nach bestehenden europäischen oder transeuropäischen Netzwerken oder Universitäten
- Sorgen Sie dafür, dass Sie einen deutlichen und expliziten Arbeitsplan haben und den potentiellen Partnern genau beschreiben können, was deren Rolle und Verantwortlichkeiten sein werden
- Treffen Sie deutliche Vereinbarungen mit den Partneruniversitäten, einschließlich Etat und IPR Vereinbarungen
- Berücksichtigen Sie bei der Auswahl der Veranstaltungsorte die unterschiedlichen Zeitzonen
- Sorgen Sie dafür, dass Ihr Netzwerk gemeinschaftliche Interessen vertritt
- Bestimmen Sie einen Koordinationspartner, der ein kleines Sekretariat an einem Veranstaltungsort hat, dann lässt sich alles leichter organisieren.
- Sorgen Sie dafür, dass die notwendige technologische Infrastruktur zur Verfügung steht.

4.2 Curriculum und Inhalt

Inhalt und Dozent sind die wichtigsten Aspekte eines jeden Seminars oder Sommerkurses.

Ein ansprechendes Thema, ein innovativer Standpunkt und ein engagierter Redner sind Ausschlag gebend für den Erfolg eines Seminars. Bei der Wahl des Inhalts einer Seminarreihe, eines Sommerkurses oder ähnlicher Veranstaltungen sollten Sie die folgenden Punkte beachten:

- Sorgen Sie dafür, dass die von Ihnen gewählten Redner sehr engagiert sind. Bei einer Videokonferenz zeigt sich die Qualität eines Redners noch deutlicher, da er nicht physisch in Erscheinung tritt.
- Sorgen Sie dafür, dass die gewählten Themen für die Zielgruppe interessant genug sind

Wenn es sich bei der Zielgruppe hauptsächlich um Studenten handelt, müssen noch einige andere Überlegungen berücksichtigt werden:

- Sorgen Sie dafür, dass das Thema/ die Themen in den Studienplan der teilnehmenden Institutionen passt/passen.
- Sorgen Sie für Akkreditierungsmöglichkeiten und Bescheinigungen dieser Veranstaltungen
- Denken Sie daran, dass auch wenn letztendlich der Student Nutznießer der Veranstaltung ist, die aktuelle Entscheidung der Studenten, um an einer solchen Veranstaltung teilzunehmen,

doch von den entsprechenden Fachbereichen und Fakultäten getroffen wird.

- Berücksichtigen Sie, dass diese Veranstaltungen den Studenten die Möglichkeit bieten, tiefer auf ein bestimmtes Gebiet ihres gewählten Studienbereichs einzugehen oder die Grenzen des gewählten Studienbereichs zu überschreiten oder gesellschaftliche Themen in Randbereichen der aktuellen Wissenschaften zu studieren und zu betrachten.

Es sollten Redner ausgewählt werden, deren Vortrag nicht nur für die Fachleute im Berufsleben, wie auch die Teilnehmer, die bereits gewisse Grundkenntnisse über das spezifische Thema erworben haben, eine wertvolle Bereicherung darstellt, sondern auch den Teilnehmern etwas zu bieten hat, die zwar keine Vorkenntnisse, aber ein großes Interesse an dem entsprechenden Thema haben.

4.3 IPR Management

Die folgenden IPR Management Richtlinien könnten nützlich sein, wenn sie im richtigen Projektstadium angewandt werden. Im **Stadium der Programmplanung** könnte es notwendig sein, IPR Bedingungen und Voraussetzungen festzulegen:

- Welche Veranstaltungsorte in welchen Ländern werden hinzugezogen? Welche gesetzlichen Rahmenbedingungen müssen beachtet werden?
- Werden die live Veranstaltungen aufgezeichnet? Wo werden sie gespeichert? Ist der Veranstaltungsort öffentlich oder nur für eine geschlossene Gruppe zugänglich?
- Ist das Projekt in einen kommerziellen Rahmen eingebettet?
- Wer hat Zugang zu den live Seminaren und/oder den aufgezeichneten Veranstaltungen?

Im **Stadium der Programmdurchführung**, könnte es notwendig sein, dass Sie ein projektspezifisches IPR Verfahren installieren und durchführen, das beinhaltet:

- Erlass von IPR Richtlinien
 - Welche Art von Drittinhalten kann verwendet werden (z.B. nur geistiges Gemeingut)?
 - Erlass von Richtlinien zur richtigen Verwendung von Drittinhalten (einschließlich der Richtlinien für korrektes Referieren und Zitieren).
- Akquisition des Urheberrechts für Inhalte, die im Rahmen des Projekts entwickelt werden:
 - Bestätigen Sie, dass der Autor keine Kenntnis von der Verletzung etwaiger Dritturheberrechte hat.
 - Erwerben Sie vom Autor das Recht, die Inhalte und/oder Audio- und Videoaufzeichnungen der live Veranstaltungen zu verwenden und zu verteilen, falls es zum Projektszenario gehört.
- IPR Kompatibilitätscheck:
 - Können Drittinhalte in den Projektinhalt integriert werden, um im Rahmen des Projekts entwickelt zu werden? Achten Sie auf Lizenzangaben wie „non-commercial“ und „share-alike“.
 - Ist die erreichte Kombination mit den Projektbedingungen und -Voraussetzungen kompatibel?

Im Vorfeld der live Veranstaltungen könnte es notwendig sein einen IPR pre-check durchzuführen, dazu gehört:

- Inventarverzeichnis der benutzten Drittinhalte, einschließlich Quellen und verwendete Lizenzen
- Checken Sie, ob die Referenzen und Zitate korrekt sind,
- Informieren Sie die beteiligten Parteien über IPR Verfahren, setzen Sie sie in Kenntnis.

Nach der live Veranstaltung könnte es notwendig sein, einen IPR post-check des verwendeten Unterrichtsmaterials durchzuführen (falls Sie den Teilnehmern anbieten möchten, die aufgezeichneten Veranstaltungen herunter zu laden) Aktualisieren Sie das Inventarverzeichnis, um alle Änderungen zu berücksichtigen, die am Material angebracht wurden und kontrollieren Sie, ob ergänzendes Unterrichtsmaterial verwendet wurde? Aufgrund unserer Erfahrungen auf diesem Gebiet, möchten wir Sie dazu ermutigen, Ihre Lerninhalte als geistiges Gemeingut (Creative Common) oder unter einer ähnlichen Lizenz zur Verfügung zu stellen, falls dies im Rahmen der gesetzlichen Vorschriften möglich ist.

4.4 Management, Administration und Organisation

Um sicher zu stellen, dass die Seminare so gut wie möglich organisiert werden, beginnen Sie rechtzeitig vor Anfang des Projekts mit der Planung der Veranstaltung. Die folgenden Ratschläge könnten dabei nützlich sein:

- Bestimmen Sie die Ziele, die Methodik und die Zielgruppe im Voraus und stellen Sie sicher, dass alle Aspekte in allen verwendeten Unterlagen genau beschrieben werden.
- Machen Sie vor Beginn der Veranstaltungen einen sehr detaillierten Zeitplan.
- Treffen sie zu Anfang Vereinbarungen über die Deadlines unter Berücksichtigung der Organisation und der zeitlichen Abstimmung spezifischer Aspekte.
- Eine gute Kommunikation ist natürlich notwendig für eine gute Zusammenarbeit, zum Beispiel:
 - Sorgen Sie für regelmäßige Meetings, face-to-face, Telefon, nutzen Sie die Möglichkeiten von Webkonferenzen wie Skype, MSN
 - Verschicken Sie jeden Monat eine Email mit allen geplanten Veranstaltungen
 - Sorgen Sie für eine Mail/ Telefonliste mit allen Beteiligten (Redner, Techniker, Koordinatoren, Experten, Moderatoren) pro Partnerveranstaltungsort
 - Schaffen Sie einen offenen online Raum, wo die Partner die Veranstaltungen, die Organisation usw. beurteilen können.

■ Vorbereitung der Redner und des Inhalts

Es ist sehr wichtig, vor Ihrer Veranstaltung eine gute Kommunikationsstrategie für den Umgang mit den Rednern zu entwickeln. Die Redner sollten gut darüber informiert werden, was Sie von ihnen erwarten und Sie sollten sich Ihrerseits gut darüber informieren, worüber die Dozenten sprechen möchten usw. Die folgenden Informationen können Ihnen dabei behilflich sein:

- Erinnern sie die Dozenten daran, dass eine Lesung per Videokonferenzschaltung anders ist als in einem Klassenzimmer. Es ist immer gut, die Redner an die starke Wirkung und die Einschränkungen dieser Technologie zu erinnern.
- Bei der Vorbereitung von Präsentationsseiten (slides):
 - Sorgen Sie dafür, dass für die Präsentation eine gängige Version von Microsoft PowerPoint oder ein ähnliches Präsentationssoftwarepaket verwendet wird
 - Individuelle Seiten (slides) sollten den folgenden Richtlinien entsprechen:
 - Maximum 9 Zeilen pro Seite
 - Maximum 35 Anschläge pro Zeile
 - Schriftgröße zwischen 24 und 36
 - Mindestens doppelter Zeilenabstand

- Verwenden sie vorzugsweise einen pastellfarbenen Hintergrund
- Während der Veranstaltung:
 - Folgen Sie den Präsentationsseiten (benutzen Sie Schlüsselbegriffe von den Seiten)
 - Schauen Sie in oder etwas unter die Kamera
 - Sprechen sie langsam, klar und deutlich
 - Werden Sie vor der Kamera nicht zu formell
 - Bewegen Sie sich nicht zu oft oder zu plötzlich
 - Gewinnen Sie die Aufmerksamkeit durch Modifikation der Betonung oder des Rhythmus' ihres Vortrags
 - Erwähnen Sie mögliche Probleme und beschreiben Sie sie deutlich.
- Zur Kleidung :
 - Tragen Sie keine Kleidung in hellen/grellen Farbtönen mit unruhigen Mustern oder in der Farbe des Hintergrunds
 - Tragen Sie keine glänzenden Schmuckstücke oder solche, die Geräusche verursachen. Die Damen sollten normales Make-up tragen, vermeiden Sie dunklen Lidstrich und Lippenstift.

■ Struktur und Aufbau der Veranstaltungen

Bei der Organisation Ihrer eigenen Veranstaltung sollten Sie die folgenden allgemeinen Punkte beachten:

- Ein Auftragsbuch ist bei der Organisation der Struktur und der verschiedenen Phasen des Seminars sehr hilfreich.
- Versuchen Sie im Voraus auf einer Website oder auf eine andere Weise soviel Inhaltsstoff wie eben möglich zur Verfügung zu stellen. Das kann beispielsweise die Biographie des Redners sein, aber auch Unterlagen mit Hintergrundinformationen, interessante Websites usw.
- Unterhalten Sie sich mit dem Redner/ der Rednerin über die Struktur des Seminars. Geben Sie ihm/ihr die Möglichkeit, die Strukturen so anzuwenden, die er/sie es gerne möchte, finden Sie heraus, welche Lesungen die Redner bevorzugen.
- Sprechen Sie mit den teilnehmenden Veranstaltungsorten im Voraus darüber, was von ihnen im Verlauf des Seminars erwartet wird.

Wenn Sie einen Sommerkurs organisieren, müssen Sie über folgende Aspekte entscheiden:

- Handelt es sich bei dem Wochenkurs um ein integrales Programm von Veranstaltungen, das nur als Ganzes besucht werden kann?
- Können an einzelnen Tagen Veranstaltungen als gesonderte Einheiten besucht werden?
- Können nachfolgende Tage mit einem unterschiedlichen Programm verbunden werden?

Weitere beachtenswerte Punkte:

- Sorgen Sie dafür, dass das Programm so vielseitig wie möglich ist, um sicher zu sein, dass die Teilnehmer nicht das Gefühl bekommen, es wiederhole sich alles und versuchen Sie, so flexibel wie möglich zu sein.
- Berücksichtigen Sie die lokalen Unterschiede der Veranstaltungsorte beispielsweise im Hinblick auf den Zeitplan, und erlauben Sie unterschiedliche Methoden in den verschiedenen Veranstaltungsorten.
- Sorgen Sie dafür, dass eine Vereinbarung über die Arbeitsmethoden getroffen wird,

die bei den gemeinsamen Veranstaltungen angewendet werden.

- Seien Sie flexibel bei der Anpassung der lokalen Veranstaltungen an das Feedback und die Vorlieben des Publikums.
- Unsere Erfahrungen haben gezeigt, dass die Teilnehmer an einem Sommerkurs sehr an praktischen Übungen interessiert sind. Integrieren Sie eine Vielzahl von praktischen Übungen in den Sommerkurs.
- Ziehen Sie Nutzen aus dem Publikum: beziehen Sie erfahrene Mitglieder des Publikums als Tutoren in Ihre praktischen Übungen mit ein. Lassen Sie sie über ihre Erfahrungen in allen Bereichen erzählen. Ermutigen Sie das Lernen unter/von Gleichgesinnten.
- Schaffen Sie mit Hilfe eines Weblogs eine online Präsenz für die Summer School oder die Seminarreihe. Ermutigen Sie die Teilnehmer dazu, online über ihre Diskussionen und Gedanken zu berichten.
- Versuchen Sie, ruhig zu bleiben und alle technischen Probleme spielerisch zu lösen. Sie gehören nun einmal zu einem virtuellen Seminar und sind kein Grund zur Verzweiflung.
- Vergessen Sie nicht, sich nach einer Sitzungszeit bei allen Teilnehmern zu bedanken und sie um ihr Feedback zu der Veranstaltung zu bitten. Auf diese Weise erhalten Sie wertvolle Informationen für die zukünftige Organisation solcher Seminare.
- Sorgen Sie für kurze Lesungen und mehr Zeit für Diskussionen – die Videokonferenzlesung sollte nicht zu lang sein (maximal 30Min-40Min). Es ist sehr ermüdend, einer Videokonferenz passiv zuzuhören und hat ein Desinteresse der Teilnehmer zur Folge.
- Sorgen Sie dafür, dass die internationalen Lernaktivitäten mit einem lokalen Flair versehen werden.
- Sorgen Sie vor der internationalen Interaktion für die Interaktion vor Ort – so erhalten die Teilnehmer genug Zeit, die Lesung in lokalen face-to-face Diskussionen zu besprechen. Dadurch wird auch die Qualität der internationalen Diskussionen gesteigert.

■ Funktionen und Verantwortlichkeiten

Bei einem international organisierten virtuellen Seminar oder einer Summer School wächst die Anzahl der Funktionen deutlich im Verhältnis zur Anzahl der Veranstaltungsorte. Neben den Teilnehmern gibt es Moderatoren, Inhaltsvermittler oder Redner, sowie technische Hilfskräfte. Es ist wichtig, darauf hinzuweisen, dass, obwohl die Anzahl der am VENUS Projekt beteiligten Personen ziemlich hoch war, die Erfahrung uns lehrt, dass die benötigte Anzahl von spezialisierten Stabmitarbeitern sinkt, sobald diese Art von Veranstaltungen in den Tagesbetrieb der Institution integriert werden. Auch das Niveau und die Komplexität eines Sommerkurses wie auch die spezifischen Umstände oder individuelle Partner können die Anzahl der Mitarbeiter beeinflussen.

Beim VENUS Projekt hatten wir einen so genannten zentralen Moderator (der das ganze Seminar leitete und ein zweiten vor Ort, der als lokaler Moderator die lokalen Veranstaltungen leitete); einen Chatbox Moderator und ein technisches Team (einen Videokonferenztechniker und einen Moderator für den technischen Hilfsdienst). Jeder teilnehmende Veranstaltungsort hatte einen lokalen Moderator (der die lokalen Veranstaltungen leitete), einen lokalen Experten und ein technisches Team (mit mindestens einem Videokonferenztechniker)

Die folgenden Paragraphen vermitteln Richtlinien für eine Vielzahl dieser Funktionen.

Der lokale Moderator

Jeder teilnehmende Veranstaltungsort hatte einen lokalen Moderator vor Ort, der die lokalen Diskussionen leitete, die Fragen für den Redner sammelte und bei den internationalen Diskussionen als lokaler Chairman fungierte. Aufgrund der Erfahrungen beim VENUS Projekt erstellte das Projektteam eine Liste von Faktoren, die bei der Wahl eines Moderators berücksichtigt werden sollten:

- Er/sie sollte in der Lage sein, das Seminar zu leiten und dessen fortschreitende Entwicklung zu kontrollieren (Zeit, Inhalt usw.) und angewiesen werden, den Zeitplan genau einzuhalten
- Er/sie sollte in der Lage sein, Diskussionen zu leiten und keine Hemmungen haben, einzugreifen, falls die Lesung, die Diskussion oder Eingaben von den anderen Veranstaltungsorten zuviel Zeit in Anspruch nehmen.
- Er/sie sollte diplomatisch sein und die Bedürfnisse, sowie den Kenntnisstand von Publikum und Redner verstehen
- Er/sie sollte mit der Technologie vertraut sein (in Kontakt mit dem technischen Team stehen und gut über die Probleme der Gruppe kommunizieren)
- Er/sie sollte wissen, was an den entsprechenden Veranstaltungsorten gesehen werden kann und was nicht und allen genügend Informationen verschaffen
- Er/sie sollte eine attraktive klare und deutliche Sprechweise haben und in der Lage sein, ein Interview zu moderieren
- Er/sie sollte wissen, wie man eine Diskussion zusammenfasst (Synthese von Ideen)
- Er/sie sollte sehr gut englisch sprechen (gute und deutliche Aussprache), wenn Englisch in den internationalen Teilen der Seminare als Sprache verwendet wird
- Er/sie sollte über ein großes Einfühlungsvermögen verfügen, das kulturelle Unterschiede und Sprachprobleme überwindet

Es folgt ein Beispiel von Richtlinien, die wir für den lokalen Moderator eines Seminars oder eines Sommerkurses aufgestellt haben.

- Erklären Sie deutlich die Gestaltung des Seminars zu Anfang der ersten lokalen Einführungsphase, weisen Sie die Teilnehmer auf die verschiedenen Elemente hin und geben Sie ein deutliches Zeichen, wenn die lokale Diskussion stattfinden kann
- Versuchen Sie herauszufinden, wer wirklich vor Ort an Ihrem Seminar teilnimmt, und bitten Sie jeden wenn möglich, sich selber in der lokalen Einführungsphase vorzustellen und anzugeben, worum er/sie teilnimmt
- Sorgen Sie dafür, dass das Publikum mit dem Veranstaltungsort und den Kameras und Mikrofonen vertraut ist. Erklären Sie ihnen, wie das System funktioniert und vereinbaren Sie, wie das lokale Publikum den internationalen Experten Fragen stellen kann.
- Stellen Sie sich und den lokalen Experten am Anfang selber vor und bitten Sie jeden, der an ihrem Veranstaltungsort Fragen stellt oder eine Bemerkung macht, sich ebenfalls vorzustellen
- Finden Sie heraus, wie Sie selber Ihr lokales Mikrofon bedienen können. Ihr Mikrofon sollte nur dann eingeschaltet sein, wenn Sie wirklich eine Bemerkung machen möchten oder eine Frage stellen
- Sie können immer die Hand heben, um zu zeigen, dass Sie etwas sagen möchten. Das weist den zentralen Moderator darauf hin, dass Sie etwas sagen möchten
- Bei den lokalen Diskussionen sollten Sie Ihr Bestes geben, um die Debatte und die Diskussion zu stimulieren

- Falls an Ihrem Veranstaltungsort keine Fragen gestellt werden, versuchen Sie selber mindestens eine Frage zu stellen, um ein gewisses Interesse von Ihrem Veranstaltungsort aus zu zeigen
- Versuchen Sie zu unterbinden, dass irgendjemand die Diskussion dominiert, sowohl während der lokalen Debatte und Diskussion, als auch während der Zeit, in der Sie in der internationalen Diskussionsphase mit anderen Veranstaltungsorten verbunden sind.
- Denken Sie immer daran, dass Sie und die Leute, die unmittelbar neben Ihnen sitzen, während des gesamten Seminars auf den Bildschirmen aller anderen Veranstaltungsorte zu sehen sind. Es ist also wichtig, dass Sie in Richtung Kamera schauen und während des gesamten Seminars nicht die Aufmerksamkeit verlieren, solange Sie mit den anderen Orten verbunden sind.

Redner

Der Hauptinhaltvermittler im Verlauf des Seminars war der internationale Redner oder Experte. Die Redner hielten im Allgemeinen einen 20 Minuten dauernden Vortrag, sorgten dann dafür, dass an ihrem Veranstaltungsort (wenn möglich) eine Diskussion stattfand und beantworteten daraufhin die Fragen des Publikums.

Ausgehend von den VENUS Erfahrungen haben wir eine Liste von Faktoren zusammengestellt, die bei der Wahl eines Redners berücksichtigt werden sollten:

- Er/sie sollte ein namhafter und anerkannter Experte/eine namhafte und anerkannte Expertin in einem bestimmten Bereich sein
- Er/sie sollte ein Redner/eine Rednerin sein, der/die die Bedürfnisse und den Kenntnisstand des Publikums versteht (in der Lage ist, die Lesung dem Niveau des Publikums durch Verwendung des entsprechenden Vokabulars, passender Beispiele, ... anzupassen)
- Er/sie sollte sich klar ausdrücken (Sprachgebrauch unter Berücksichtigung von Klangfarbe, Ausdruck, Phrasierung, Lautstärke, Artikulation) und einen attraktiven Sprachstil haben
- Er/sie sollte über genügend Einfühlungsvermögen verfügen, um kulturelle Unterschiede und Sprachprobleme zu überwinden
- Er/sie sollte sich Diskussionen stellen und keine Monologe halten
- Er/sie sollte sehr gut englisch sprechen, wenn Englisch bei den internationalen Teilen des Seminars als Sprache verwendet wird
- Er/sie sollte visuelles Präsentationsmaterial oder andere Hilfsmittel verwenden
- Der Redner/die Rednerin weiß, wie eine Videokonferenzschaltung und Web Streaming funktionieren und die Teilnehmer ihn/sie wahrnehmen

Der lokale Experte

Jeder Veranstaltungsort, der über eine Videokonferenzschaltung an einem live Seminar teilnahm, hat versucht, für jedes an seinem Veranstaltungsort stattfindende Seminar einen lokalen Experten auf dem spezifischen Gebiet anzudeuten.

- Er/sie sollte eine charismatische Person sein, offen, lebendig, mit guten Reaktionen, in der Lage schnell zu reagieren und sehr schnell nachzudenken
- Er/sie sollte ein gutes Einfühlungsvermögen haben, sowie über gute Kenntnisse und ausreichende Erfahrungen in Präsentation und Interaktion verfügen
- Es wäre gut, wenn er/sie über anerkannte Fachkenntnisse in einem bestimmten Fachbereich verfügt und die lokalen Bedingungen gut versteht – und auch in der Lage ist, das Thema mit dem lokalen Kontext zu verbinden
- Er/sie sollte die Meinung und Position des Hauptredners gut verstehen und in der Lage sein,

sie dem Publikum zu erklären

- Er/sie sollte in der Lage sein, Leute in der Diskussion zu motivieren und eine lebendige lokale Debatte zu leiten
- Er/sie sollte von der stattfindenden virtuellen Veranstaltung begeistert sein

■ Online Diskussion, Chat und Quellen

Aufgrund unserer Erfahrungen beim VENUS Projekt mit der Verwendung einer Chatbox zur Unterstützung der online Teilnehmer mittels live Schaltungen möchten wir Ihnen einige Ratschläge zur Verwendung einer Chatbox geben, falls Sie sich entscheiden sollten, eine solche zu verwenden:

- Sorgen Sie dafür, dass ein separater Kommunikationskanal zur Verfügung steht, z.B. eine Chatbox, um die Diskussion über technische Themen zu erleichtern. Da die VENUS Seminarreihen nur eine einzige Chatbox benutzten, war diese in einigen Seminaren total mit Diskussionen überlastet, die sich auf die verwendete Technology bezogen.
- Sorgen Sie dafür, dass jeder Teilnehmer von Anfang an weiß, welchem spezifischen Zweck eine Chatbox dient, was mit Hilfe einer kurzen schriftlichen Einführung über die Chatbox erleichtert werden kann, in der erläutert wird, wie der Chat funktioniert, welchen Zwecken er dient und was von den Teilnehmern diesbezüglich erwartet wird
- Es ist wichtig, es den Teilnehmern leicht zu machen, einen Benutzernamen zu installieren, unter dem sie Bemerkungen machen und Fragen stellen können.

4.5 Multikulturelle und multilinguale Aspekte

Wir empfehlen bei den Unterrichtsveranstaltungen eine Mischung von den Landessprachen der Veranstaltungsorte und einer gemeinsamen Lingua franca, z.B. Englisch oder Französisch. Durch die Verwendung der Landessprache sollte einerseits die Schwellenangst vor einer Teilnahme an einem Expertenseminar reduziert werden, andererseits sollte aber die direkte Interaktion mit den internationalen Rednern in einer gemeinsamen Sprache stattfinden.

Schrecken Sie nicht davor zurück, neue Arbeitsmethoden einzuführen. Trotz anfänglicher Widerstände werden die Leute auf diese Weise dazu bewogen, die Grenzen ihrer Komfortzone zu überschreiten, was oft zu interessanten kreativen Lösungen führt. Viele Partner des VENUS Projekts haben die Erfahrung gemacht, dass die Seminare den Teilnehmern in pädagogischer, organisatorischer und technischer Hinsicht die Augen geöffnet haben und sie diese Erfahrungen in ihre tägliche Arbeit haben einfließen lassen.

Kulturelle Unterschiede tauchen oft ganz unerwartet auf. Es ist wichtig, den kulturellen Unterschieden offen gegenüber zu stehen und Lösungen auszuarbeiten, mit denen alle Partner arbeiten können. Da es sich hier um empfindliche Themen handelt, sollten die Partner ruhig und vernünftig bleiben, wenn dieses Thema zur Debatte steht. Da diese Arten von Veranstaltungen in verschiedenen Ländern organisiert werden, ist es auch wichtig, lokale Unterschiede zuzulassen, was zu einer Bereicherung der Einzigartigkeit und Vielseitigkeit der Veranstaltungen führt.

4.6 Werbung und Förderung der Teilnahme

Wir haben herausgefunden, dass es nützlich sein kann, dass Sie die Planung einer Veranstaltung wie der eines virtuellen Seminars oder einer Summer School damit beginnen, einen Plan zur Verbreitung von Werbung zu erstellen:

- Bestimmen sie die Zielsetzung: was ist Zweck und Ziel der Verbreitung von Werbung? Welche Größenordnung von Zielgruppen möchten Sie erreichen?
- Bestimmen Sie den Kontext: welches Publikum ist die Hauptzielgruppe, welche Kommunikationskanäle stehen zur Verfügung und was sind mögliche Hindernisse.
- Analysieren Sie die Zielgruppe: wer sind sie, wo sind sie, können sie in mehrere Gruppen unterteilt werden, was sind ihre Erwartungen, was steht in ihrem Terminkalender und was sind für sie mögliche Hindernisse?
- Bestimmen Sie die Mitteilung: welche Sprache sollte verwendet werden, welche Vorteile hat die Zielgruppe durch die Teilnahme am Seminar?
- Planen und organisieren Sie die Verbreitung der Werbung (Zeitplan, Kanäle usw.)

Wenn nur einige wenige Teilnehmer an Ihrem Seminar teilnehmen, sollten Sie die Zielgruppen untersuchen, um herauszufinden warum. Vielleicht war die Verbreitung der Werbung in Ordnung, aber das Seminar (der Lehrer/ Redner) entsprach nicht den Erwartungen des Publikums. Es ist auf jeden Fall wichtig, eine klare Vorstellung davon zu haben, was geschieht und warum es geschieht.

4.7 Wie erreicht man das Publikum

Die folgende Liste enthält Strategien, die Sie anwenden können, um Ihr Publikum zu identifizieren und zu erreichen. Sie enthält auch einige der Informationen, die wir den Organisatoren der lokalen Veranstaltungsorte zukommen ließen, um für die VENUS Veranstaltungen zu werben :

- Versuchen Sie Medienpartner zu finden: Sie werben auf Ihrer Website für deren Veranstaltung und sie werben für Sie. Das wird auch Ihre allgemeinen Suchseitenquoten erhöhen.
- Vergessen Sie nicht, kurz vor Beginn der Veranstaltung Erinnerungsemails zu verschicken, um die Zahl der Interessenten zu erhöhen.
- Versuchen Sie, online Gruppen zu lokalisieren, die sich zu dem Thema gebildet haben, das in der Veranstaltung besprochen wird.
- Suchen Sie in Ihrer Universität nach passenden Forschungszentren, MA oder BA Studienplänen usw., die mit dem Thema in Beziehung stehen.
- Checken Sie den Namen des Experten online, klicken Sie dieselbe Box an, dann erhalten Sie nur Seiten aus Ihrem Land. Auf diese Weise können Sie herausfinden, wer mit ihm/ihr bereits gearbeitet hat.
- Veranstaltungskalender oder (online) Zeitschriften sind ein gutes Mittel, um interessierte Bürger zu erreichen.
- Suchen Sie nach den Bildungs- oder Wissenschaftsseiten der nationalen/internationalen Zeitungen und der Lokalpresse
- Laden Sie die Teilnehmer vorheriger Seminare ein und bitten Sie sie, Ihnen bei der Werbung für die Veranstaltung zu helfen.

- Gymnasiallehrer scheinen eine interessierte Gruppe von Bürgern zu sein – es lohnt sich, herauszufinden, ob es eine allgemeine Website oder eine Zeitschrift für sie gibt (besonders für Geschichts- und Politikologielehrer), die Sie verwenden können.
- Vergessen Sie nicht die anderen Universitäten in Ihrem Land.
- Nehmen Sie mit der Presseabteilung Ihrer Universität Kontakt auf, falls es dort eine gibt.
- Wenn Sie andere Vortragsreihen kennen, die am Ort stattfinden und auf eine ähnliche Zielgruppe ausgerichtet sind, lohnt es sich, mit der Organisation Kontakt aufzunehmen und Sie um Rat zu bitten.
- Bitten Sie den internationalen Experten darum, Leute einzuladen oder Ihnen NGOs, interessierte Gruppen usw. vorzuschlagen, die Sie einladen können.
- Bringen Sie in den öffentlichen Bibliotheken Plakate an und verteilen Sie Prospekte, um die interessierten Bürger zu erreichen.

4.8 Wie halte ich das Interesse des Publikums wach

Hier sind einige Vorschläge, die dafür sorgen sollen, dass die Teilnehmer mit dem Seminar und der Art und Weise, wie es organisiert wurde, zufrieden sind. Wenn die Teilnehmer glücklich über die Art und Weise sind, wie die Veranstaltung organisiert wurde, kommen sie nicht nur gerne wieder, sondern sie sind auch eher dazu geneigt, ihre Freunde/Kollege/Kommilitonen mitzubringen.

- Sorgen Sie dafür, dass Neulinge willkommen sind und dass die Basisdienstleistungen einem angemessenen Standard entsprechen
- Sorgen Sie dafür, dass die Mitarbeiter, die mit den Teilnehmern zu tun haben, Menschen mögen und sie freundlich und zuvorkommend behandeln.
- Fragen Sie die Teilnehmer regelmäßig und systematisch nach ihrer Meinung
- Machen Sie die Zahl der Besucher der Website Ihres Seminars ausfindig
- Sie können den Erfolg und andere Aspekte Ihrer Werbung feststellen, indem Sie die Teilnehmer auf dem Beurteilungsformular auch danach fragen, wo sie zum ersten Mal von Ihren Veranstaltungen gehört haben.

Wenn Sie Ihre Seminare über Anzeigen auf Websites anderer Organisationen bekannt geben, kann es schwierig sein, die Ergebnisse festzustellen. Bauen Sie Beziehungen zu Ihren Kontaktpersonen in den anderen Organisationen auf und bitten Sie sie darum, es Ihnen mitzuteilen, wenn andere Leute Sie auf ihrer Website anklicken, damit Sie die Ergebnisse besser verfolgen können.

Falls es Ihnen schwer fallen sollte, eine adäquate Anzahl von Teilnehmern für Ihre virtuellen Seminare oder Vorträge zu gewinnen, sollten Sie die folgenden Aspekte noch einmal nachprüfen:

- Veranstaltungsort: dieser Aspekt zählt nur, wenn die Seminare an mehreren Orten übertragen werden. Vielleicht ist der Ort mit öffentlichen Verkehrsmitteln nur schwer erreichbar oder zu weit vom Stadtzentrum entfernt. Versuchen Sie es eine gewisse Zeit lang mit einem anderen Veranstaltungsort, der leichter zu erreichen ist.
- Timing: es ist sicher nicht leicht, einen geeigneten Zeitpunkt für das Seminar zu finden, deshalb müssen Sie möglicherweise etwas herumexperimentieren, bevor sie einen guten Kompromiss finden.

- Alternative Struktur: es kann notwendig sein, verschiedene Strukturen auszuprobieren, um herauszufinden, was wirklich funktioniert
- Themenbereich: vielleicht ist der Themenbereich zu begrenzt und für Ihre Zielgruppe von Teilnehmern nicht interessant genug

4.9 Technisches Management und Richtlinien

Die folgenden Vorschläge und Tipps können Ihnen beim Aufbau und bei der Benutzung von Technologie nützlich sein.

- Informieren Sie alle teilnehmenden Veranstaltungsorte und individuellen Teilnehmer über die technologischen Anforderungen des Seminars und helfen Sie ihnen dabei, nachzuprüfen, ob ihre technologische Ausstattung diesen Anforderungen entspricht
- Alle Beteiligten müssen übereinstimmende Angaben über die erforderliche Hardware und Software wie auch über die Teilnahmeverfahren erhalten
- Unmittelbar vor Beginn und während des Seminars müssen alle technischen Koordinatoren eng miteinander in Verbindung stehen, um sofort alle eventuell auftretenden technischen Probleme lösen zu können. Wir empfehlen, dass die Teilnehmer kommunizieren, indem sie die vorhandenen Telekommunikationsmittel auch bei Streitfragen und Problemen auf natürliche Weise nutzen.
- Erstellen Sie immer einen allgemeinen Lageplan des Veranstaltungsortes. Das hilft Ihnen nicht nur bei der Feststellung, welche Technologien und Lösungen in jeder Institution zur Verfügung stehen, sondern auch beim Aufbau eines starken technischen Hilfstteams und der Einführung eines allgemeinen Vokabulars und einer Reihe von Standardvorschriften.
- Installieren Sie in jeder teilnehmenden Institution ein Netzwerk von technischen Kontaktpunkten, lassen Sie die Namen und Kontaktinformationen der zuständigen Mitarbeiter zirkulieren und sorgen Sie dafür, dass sie regelmäßig Kontakt aufnehmen und miteinander kommunizieren.
- Sorgen Sie während der live Seminare für Verbindungen mit den Kontaktpersonen und den lokalen Moderatoren an den teilnehmenden Veranstaltungsorten über andere Kommunikationskanäle als den Videokonferenzkanal.
- Versuchen Sie, dieses technische Team in alle Beurteilungsverfahren zu integrieren, um Ihnen zu helfen, um das Netzwerk zu unterstützen und um zukünftige Entwicklungen vorzubereiten.
- Benutzen Sie wenn möglich allgemeine und verfügbare Mittel. Bevor Sie ein neues Gerät anschließen oder eine Dienstleistung installieren, sorgen Sie dafür, dass mit typischen Benutzern ein strenger Verbrauchertest durchgeführt wurde.

5. Website

Wenn Sie in Erwägung ziehen, Ihr virtuelles Seminar oder Ihre Summer School mit einer Website zu unterstützen, bestimmen Sie zuerst Ziel und Zweck der Website Ihrer Veranstaltung. Denken Sie auch über das hinzukommende Instrumentarium nach, das Sie eventuell benötigen, wie Managementsysteme für Benutzer, Forums, Chat Funktionalitäten, usw. Einer der Aspekte, für den Sie Ihre Website verwenden können, ist die Anmeldung. Aufgrund unserer Erfahrungen können wir Ihnen einige Ratschläge dazu geben:

- Die online Anmeldung kann ein wertvolles Hilfsmittel sein, wenn sie unter den richtigen Umständen angewandt wird, z.B. bei einer hohen Anzahl von Interessenten. Es ist auf jeden Fall sehr wichtig, dass alle teilnehmenden Veranstaltungsorte Zugang zu der zentralen Datenbank haben.
- Die Anmeldung von online Teilnehmern ist besonders hilfreich, da sie auch die notwendige Sicherheit gibt und den Leuten die Möglichkeit bietet in den online Chats bei Namen genannt zu werden, was auch wichtig ist.
- Die Anmeldung von online Teilnehmern und den Teilnehmern vor Ort muss besonders benutzerfreundlich sein.
- Der Zugang zu Informationen über die Veranstaltungen in der Landessprache ist von essentieller Bedeutung für die Gewinnung interessierter Bürger

Wenn Sie eine open source content management solution in Erwägung ziehen, denken Sie daran, dass es Sie trotz der Flexibilität beträchtliche Mühe kosten wird, das System an Ihre spezifischen Anforderungen anzupassen, was viel Zeit und Fachkenntnisse erfordert, über die vielleicht nicht alle Institutionen verfügen.

6. Kosten

Die folgende Tabelle zeigt die allgemeinen Kostenkategorien für virtuelle Seminare mit dem dazugehörigen Kostenkalkulationsmodus und Beispielen für jede Kategorie:

Kostenkategorie	Kostenkalkulation	Beispiele
Stabkosten	Opportunitätskosten (z.B. totaler Stundenlohn)	Projektmanager Lehrer Moderator Technische Unterstützung Administrative Unterstützung
Infrastrukturkosten	Wertminderung, Mietkosten, Interne Kostenrate	Gebäude und Mobilar Telekommunikation Hardware Netzwerk Hardware Computer Hardware und Software
laufende Kosten	Auszahlung (Rechnungsbetrag)	Daten und Telekommunikationsvolumen Verbrauchsgüter Externe Dienstleistungen Reise und Unterbringung

Aufgrund der erhaltenen Informationen sollten Sie in der Lage sein, die Kostenstruktur Ihres Projekts gründlich zu beurteilen und von verschiedenen Gesichtspunkten aus zu besprechen. Beachten Sie, dass eine Änderung der Kostenperspektive durch Auslassung oder Einbeziehung von Kostenpunkten (z.B. Kosten, die auf institutioneller Ebene entstanden sind), die vorgelegte Kostenstruktur Ihres Projekt auf signifikante Weise verändern kann.

7. Die Beurteilung der virtuellen Seminare

Die Beurteilung ist bei der Organisation virtueller Veranstaltungen von essentieller Bedeutung. Sie kann auf verschiedene Weise im Verlauf des gesamten Projekts durchgeführt werden. Sie sollte außerdem auf verschiedene Zielgruppen ausgerichtet sein. Wir sind der Meinung, dass es wichtig ist, zu Anfang des Projekts einen Beurteilungsplan aufzustellen. Wir raten Ihnen, sich die folgenden Fragen zu stellen, bevor Sie mit der Entwicklung eines Beurteilungsinstrumentariums beginnen:

- Welche Informationen möchten Sie aus Ihrer Beurteilungsanalyse gewinnen?
- Wen müssen Sie fragen, um die richtigen Informationen zu erhalten?
- Welche Methode eignet sich am besten für eine bestimmte Beurteilungsgruppe?

Aus Ihrem Beurteilungsplan wird wahrscheinlich hervorgehen, dass Sie verschiedene Informationen von verschiedenen Benutzern benötigen und dass Sie auf sehr verschiedene Weise Feedback erhalten können, das heißt, es ist vielleicht nicht immer eine so gute Idee, einen Fragebogen zu verwenden und Sie könnten beschließen, anstelle des Fragebogens ein Interview abzunehmen, das sich auf die wichtigsten Fragen konzentriert, die Sie näher untersuchen möchten. Um die unmittelbaren Reaktionen der Seminarteilnehmer zu erhalten, sind kurze Fragebögen eine sehr geeignete Methode. Sie können ganz einfache Fragen über den Grad der Zufriedenheit, über die Gefühle, die Bemerkungen usw. stellen. Dieser Fragebogen sollte aber nicht zu lang sein.

Der beste Weg um herauszubekommen, wie die Technologie oder die Organisation einer Veranstaltung wie der eines virtuellen Seminars funktioniert, ist ein Kontrolltest oder eine Simulation. Vergessen Sie nicht, ein Feedback von den Personen zu erhalten, die regelmäßig an der gesamten Seminarreihe teilgenommen haben, wodurch Sie nützliche Informationen über den gesamten Prozess gewinnen können.

Es ist wichtig, dafür zu sorgen, dass alle Beurteilungsgruppen wissen, dass ihr Beitrag beurteilt wird und dass er Auswirkungen haben wird. Diese Auswirkungen haben einen allgemeinen Charakter und dienen der Verbesserung der Veranstaltung, indem sie die Bedürfnisse der Benutzer widerspiegeln. Wenn die virtuellen Seminare von einer Kooperation verschiedener Partner organisiert werden, bietet auch die Selbsteinschätzung eines jeden Partners gefolgt von einer offenen Diskussion (entweder virtuell oder von Angesicht zu Angesicht) Möglichkeiten für eine nützliche allgemeine Beurteilung der Veranstaltung.

eLearning



Education and Culture